

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Skripsi, Desember 2021

Nabila Rahadiantinur2017140008

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* ARYA SALOKA PADA IKLAN LUWAK KOPI
HITAM DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI**

+ 122 Halaman + 2 Gambar + 53 Tabel + Lampiran

ABSTRAK

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya secara efektif yaitu dengan menggunakan *impact* dari seorang selebriti atau yang disebut dengan *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan responden untuk meyakini keaslian isi pesan yang disampaikan oleh pengiklan. Televisi merupakan salah satu media yang sangat dibutuhkan pengiklan untuk memasang iklannya, selain media sosial. Televisi dapat menampilkan berbagai daya tarik sehingga memiliki jangkauan yang luas. Tujuan dari penelitian ini adalah 1. mengetahui *image* seorang *celebrity endorser* dimata khalayak, 2. mengetahui seberapa besar minat beli khalayak, 3. mengetahui seberapa besar pengaruh seorang *celebrity endorser* dalam suatu iklan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran, teori periklanan, iklan televisi, *celebrity endorser* dan minat beli. Komponen *celebrity endorser* yang diteliti dalam penelitian ini adalah *visibility, credibility, attraction, dan power*. Sedangkan komponen minat beli yang diteliti adalah minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survei dan bersifat eksplanatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* dengan website random picker sebanyak 98 orang. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 24 untuk mendapatkan perhitungan yang akurat. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (10,794) > t_{tabel} (1,661)$. Dengan nilai r^2 0,544 atau 54,5%, maka menunjukkan *celebrity endorser* Arya Saloka pada iklan Luwak Kopi Hitam di televisi berpengaruh terhadap minat beli sementara sisanya yaitu 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Kata kunci : Periklanan, iklan televisi, *celebrity endorser*, dan minat beli

Referensi : 13 Buku , 7 Jurnal Indonesia, 1 Website, 5 Media Pembimbing
: Dr. Aminah Swarnawati M. Si